

**HUBUNGAN PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN  
PERSEPSI RESIKO PADA NIAT BELI PRODUK PRIVAT LABEL INDOMARET DI  
SURAKARTA**



**SKRIPSI**

**Disusun untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan Guna  
Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis UNS Surakarta**

**Disusun Oleh:**

**LIBNA ISABELLA**

**F0211065**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2015**

## **ABSTRAK**

### **HUBUNGAN PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI RESIKO PADA NIAT BELI PRODUK PRIVAT LABEL INDOMARET DI SURAKARTA**

**Oleh:**

**LIBNA ISABELLA**

**F0211065**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan variabel, persepsi kualitas, persepsi harga, citra merek, dan persepsi resiko pada niat beli produk privat label Indomaret di Surakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* pada masyarakat Kota Surakarta yang pernah berkunjung ke Indomaret dan mengetahui produk privat label Indomaret. Pada penelitian ini, jumlah sampel yang diambil sebanyak 165 responden.

Data dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM), AMOS versi 16 *Structural Equation Model* (SEM), AMOS versi 16. Terdapat enam hasil yang dapat disimpulkan, yaitu: 1) persepsi kualitas berpengaruh signifikan dan positif pada citra merek; 2) persepsi harga berpengaruh signifikan dan positif pada citra merek; 3) citra merek berpengaruh signifikan dan negatif pada persepsi resiko; 4) persepsi resiko berpengaruh signifikan dan negatif pada niat beli privat label.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada objek amatan dan lokasi penelitian yang dilakukan hanya pada ritel Indomaret yang terletak di Surakarta. Oleh karenanya, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat melengkapi keterbatasan tersebut.

Kata kunci : persepsi kualitas, persepsi harga, citra merek, persepsi resiko, niat beli privat label

## **ABSTRACT**

### ***THE RELATIONSHIP OF QUALITY PERCEPTION, PRICE PERCEPTION, BRAND IMAGE, AND RISK PERCEPTION ON PRIVATE LABEL PURCHASE INTENTION OF PRODUCT INDOMARET IN SURAKARTA***

***By:***

***LIBNA ISABELLA***

***F0211065***

*The aim of this research was to test the relationship of variables of quality perception, price perception, brand image, and risk perception on private label purchase intention of product Indomaret in Surakarta. The method that used in this research was purposive sampling to the society of Surakarta who have ever visited to Indomaret and known the private label of product Indomaret. In this research, the total samples were 165 respondents.*

*This research data would analyze by using Structural Equation Model (SEM), AMOS version 16. There were six results that can be concluded, as follows: 1) quality perception has positive significant effect to brand image; 2) price perception has positive significant effect to the brand image; 3) brand image has negative significant effect to the risk perception; 4) risk perception has negative significant effect to the purchase intention of private label.*

*This research had limitation on observed object and the location of this research conducted only on retail Indomaret that located in Surakarta. Therefore, it was hoped in the future research can complement the limitation.*

***Keywords : quality perception, price perception, brand image, risk perception private label purchase intention***

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

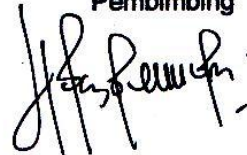
**Skripsi dengan judul:**

**HUBUNGAN PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI  
RESIKO PADA NIAT BELI PRODUK PRIVAT LABEL INDOMARET DI SURAKARTA**

**Surakarta, 20 November 2015**

**Disetujui dan diterima oleh**

**Pembimbing**



**Amina Sukma Dewi S.E., M.Sc.**

**NIP. 197712072008122002**

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

### HUBUNGAN PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI RESIKO PADA NIAT BELI PRODUK PRIVAT LABEL INDOMARET DI SURAKARTA

Atas nama mahasiswa: Libna Isabella (NIM F0211065)

Telah diterima dengan baik oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Sebelas Maret guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Surakarta, Januari 2016

Tim Penguji Skripsi

- |   |                    |
|---|--------------------|
| 1. <u>Retno Tanding Suryandari, Ph.d</u><br>NIP. 197105282000032001 | Sebagai Ketua      |
| 2. <u>Amina Sukma Dewi S.E., M.Sc.</u><br>NIP. 197712072008122002   | Sebagai Pembimbing |
| 3. <u>Drs. Djoko Purwanto, M.BA.</u><br>NIP. 195901161985031004     | Sebagai Anggota    |

Disahkan oleh

Ketua Jurusan Manajemen

Reza Rahardian, S.E., M.Si.  
NIP. 197406092000121001

## **SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Sebelas Maret:

Nama : Libna Isabella  
NIM : F0211065  
Program Studi : Manajemen  
Judul Tugas Akhir : Hubungan Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, Citra Merek, dan  
Persepsi Resiko pada Niat Beli Privat Label Indomaret di Surakarta

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar  
merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/ salinan/ saduran dari karya  
orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia  
menerima sanksi akademik berupa penarikan ijazah dan penjabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 20 November 2015



Libna Isabella

NIM. F0211065

## HALAMAN MOTTO

*"If you believe in yourself enough and know what you want, you're gonna make it happen"*

(Mariah Carey)

*"Problems are not stop signs, they are guidelines"*

(Robert H. Schuller)

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan"

(Q.S. Al-Insyirah:5)

## **PERSEMBAHAN**

Kedua orang tua yang telah memberikan doa dan dukungan yang luar biasa

Adik tercinta, Naufal Muzakki

Ibu Siti Qudroh yang telah membantu dalam doa dan motivasinya

Teman-teman yang selalu menyemangati saya dalam menulis skripsi



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“HUBUNGAN PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI RESIKO PADA NIAT BELI PRODUK PRIVAT LABEL INDOMARET DI SURAKARTA”** sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sebelas Maret.

Pada kesempatan ini, penulis berkeinginan menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Hunik Sri Runing Sawitri M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
2. Bapak Reza Rahardian S.E., M.Si. selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
3. Ibu Amina Sukma Dewi S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi.
4. Bapak Drs. Mohammad Amien Gunadi, M.P. selaku Pembimbing Akademik.
5. Bapak Ibu Dosen dan seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan banyak ilmu dan motivasi.
6. Kedua orang tua yang senantiasa memberikan doa, motivasi, serta dukungan baik berupa moral maupun materiil.
7. Seluruh teman-teman Manajemen Pemasaran angkatan 2011 dan Manajemen angkatan 2011
8. Seluruh pihak yang turut serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka jika ada kritik dan saran yang membangun demi kebaikan di waktu yang akan datang. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat.

Surakarta, 20 November 2015

Penulis

Libna Isabella

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	11
2.1.1 Privat Label.....	11
2.1.2 Niat Beli Privat Label.....	14
2.1.3 Persepsi Resiko .....	15
2.1.4 Citra Merek .....	17
2.1.5 Persepsi Kualitas .....	19
2.1.6 Persepsi Harga .....	21

2.2	Posisi Penelitian.....	22
2.3	Pengembangan Hipotesis .....	24
2.3.1	Pengaruh Persepsi Kualitas pada Citra Merek.....	24
2.3.2	Pengaruh Persepsi Harga pada Citra Merek.....	25
2.3.3	Pengaruh Citra Merek pada Persepsi Resiko.....	25
2.3.4	Pengaruh Persepsi Resiko pada Niat Beli Privat Label.....	26
2.4	Model Penelitian .....	26
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	28
3.1.1	Populasi dan Sampel .....	28
3.1.2	Teknik Sampling .....	28
3.2	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran .....	29
3.2.1	Definisi Operasional Variabel .....	29
3.2.2	Pengukuran .....	32
3.3	Sumber Data.....	33
3.3.1	Data Primer.....	33
3.3.2	Data Sekunder.....	33
3.4	Metode Analisis.....	34
3.4.1	Uji Analisis .....	34
3.4.2	Analisis <i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....	35
<b>BAB 4</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1	Gambaran Umum Indomaret.....	40
4.1.1	Sejarah Singkat .....	40
4.1.2	Visi dan Budaya Perusahaan .....	42
4.2	Analisis Deskriptif.....	42
4.3	Uji Instrumen Penelitian .....	45
4.3.1	Uji Validitas .....	45
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	46
4.4	Analisis <i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....	47
4.4.1	Asumsi Kecukupan Sampel .....	47

4.4.2 Asumsi Normalitas .....	48
4.4.3 Evaluasi Outlier.....	50
4.4.4 Analisis Goodness of Fit .....	51
4.5 Uji Hipotesis .....	53
4.6 Pembahasan.....	55
<b>BAB 5 PENUTUP .....</b>	<b>59</b>
5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Keterbatasan.....	61
5.3 Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar ritel di Indonesia dengan privat label .....	4
Tabel 2.1	Posisi Studi .....	23
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Penghasilan ..	44
Tabel 4.5	<i>KMO and Bartlett's Test</i> .....	45
Tabel 4.6	<i>Rotated Component Matrix</i> .....	46
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	47
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas .....	49
Tabel 4.9	Hasil Uji Outlier .....	50
Tabel 4.10	Hasil Pengujian <i>Goodness-of-Fit Model</i> .....	51
Tabel 4.11	<i>Regression Weights</i> .....	54
Tabel 4.12	<i>Total Effect</i> .....	55

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1.1	Pertumbuhan Gerai Indomaret Tahun 2011 – Juli 2015 .....	7
------------	--	---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian .....	27
------------	------------------------	----



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I	Kuesioner Penelitian
Lampiran II	Tabulasi Data
Lampiran III	Analisis Deskriptif
Lampiran IV	Hasil Uji Validitas dan Realibilitas
Lampiran V	Hasil Analisis SEM